

**Universidade do Minho**

Escola de Economia e Gestão

Carlos Alberto Almeida Alves

**Os Empreendedores Sociais em Espanha:  
O caso da Red Emprendes – Rede  
Valenciana do Empreendedor e da  
Economia Social na Florida Universitaria**

Junho de 2013



**Universidade do Minho**

Escola de Economia e Gestão

Carlos Alberto Almeida Alves

**Os Empreendedores Sociais em Espanha:  
O caso da Red Emprendes – Rede  
Valenciana do Empreendedor e da  
Economia Social na Florida Universitaria**

Relatório de Estágio  
Mestrado em Economia Social

Trabalho realizado sob a orientação da  
**Professora Doutora Maria Cristina Moreira**  
e da  
**Professora Doutora Antonia Ferrer Sapena**

Junho de 2013

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTE RELATÓRIO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

Universidade do Minho, \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

Assinatura: \_\_\_\_\_

## **AGRADECIMENTOS**

A realização deste projeto de estágio só foi possível com a ajuda e a boa vontade de um conjunto de pessoas a quem passo a agradecer:

Agradeço, em primeiro lugar, aos meus pais pelo apoio incondicional e por acreditarem no valor do meu trabalho.

Agradeço à Professora Doutora Maria Cristina Moreira pela competência e profissionalismo com que sempre tratou os assuntos relacionados com o mestrado e em especial com o relatório de estágio. Agradeço igualmente ao Professor Doutor Paulo Reis Mourão pelas orientações sábias em todo o processo.

Uma palavra de agradecimento a todo o pessoal docente e não docente da Universidade do Minho e da Escola de Economia e Gestão, que operacionalizaram e agilizaram todos os meios para o sucesso dos meus objetivos académicos.

Agradeço à Florida Universitária, em Valência, pela oportunidade e pelo apoio na realização do estágio, agradecendo em especial aos colegas de trabalho e à Professora Doutora Antonia Ferrer Sapena pela orientação e atenção demonstrada. Não poderia esquecer todos aqueles que conheci durante a minha permanência em Espanha e a quem agradeço a amizade.

Um agradecimento especial aos meus amigos e colegas de mestrado pela oportunidade de trocar conhecimentos e experiências.

Por último e não menos importante, um agradecimento aos meus amigos de sempre pelo otimismo e pela motivação.



## **RESUMO**

Este relatório de estágio consiste numa abordagem ao empreendedorismo social em Espanha, nomeadamente na Comunidade Valenciana, com especial atenção aos empreendedores sociais na criação e desenvolvimento de empresas sociais nesse mesmo território. Para tal, é apresentado o processo de criação de empresas da Red Emprendes – Rede Valenciana do Empreendedor e da Economia Social como exemplo excecional no desenvolvimento de projetos empreendedores no território valenciano.

No seguimento do estágio foi desenvolvida uma base de dados para a Florida Universitária com o objetivo de agregar as principais organizações de apoio aos empreendedores e às empresas sociais a atuarem no território espanhol. Esta ferramenta apresenta um conjunto de informações que permite a qualquer empreendedor ou empresa procurar organizações dedicadas ao empreendedorismo social e à inovação social, permitindo assim um melhor conhecimento da realidade da economia social em Espanha e fornecer dados mais concretos sobre as organizações disponíveis para colaborarem com os projetos empreendedores.



## **ABSTRACT**

The herewith traineeship report consists of an approach to social entrepreneurship in Spain, namely in the Community of Valencia. It focus, especially, social entrepreneurs that create and develop social companies in this territory. This way, it is presented the process of establishing a company of the Red Emprendes – Valencia's Net of Entrepreneurship and Social Economics, as an exceptional example in the development of entrepreneur projects in Valencia.

During the traineeship it was developed a database for the Florida Universitaria, aiming to aggregate the main support organizations to entrepreneurs and social companies in the Spanish territory. This tool presents a group of information that allows any entrepreneur or company, in looking for organizations dedicated to social entrepreneurship and to social innovation, granting a better knowledge about the real social economics reality in Spain and concrete data about organizations that are available to cooperate with entrepreneur projects.





## **RESUMEN**

Este informe consiste en un abordaje al emprendimiento social en España, esencialmente en la Comunidad Valenciana, con especial atención a los emprendedores sociales en la creación y desarrollo de empresas sociales en el mismo territorio. Con este fin, se presenta el proceso de creación de empresas de la Red Emprendes - Red Valenciana del Emprendedor y de la Economía Social como un ejemplo excepcional en el desarrollo de proyectos empresariales en el territorio valenciano.

En el seguimiento de las prácticas se desarrolló una base de datos para la Florida Universitaria con el objetivo de sumar las principales organizaciones de apoyo a emprendedores y empresas sociales a actuar en el territorio español. Esta herramienta presenta un conjunto de información que permite a cualquier emprendedor o empresa buscar organizaciones que se dedican al emprendimiento social y la innovación social, lo que permite una mejor comprensión de la realidad de la economía social en España y proporcionar datos más concretos acerca de las organizaciones disponibles para colaborar con proyectos empresariales.



# ÍNDICE

Índice de Tabelas.....	XIII
Índice de Figuras .....	XIII
Índice de Gráficos .....	XIV
Siglas e Abreviaturas.....	XV
1. Introdução .....	17
1.1. Enquadramento e objetivos .....	17
1.2. Estrutura do relatório de estágio.....	18
2. O Empreendedorismo Social.....	19
2.1. Conceito de empreendedorismo social.....	19
2.2. Conceito de empresa social .....	21
2.2.1. Características das empresas sociais .....	23
2.2.2. Tipologia das empresas sociais .....	26
2.3. Perfil do empreendedor social.....	27
2.3.1. O empreendedor social.....	27
2.4. O empreendedorismo social em Espanha.....	30
2.4.1. A Red Emprendes na Comunidade Valenciana .....	31
2.5. Conclusões prévias.....	31
3. Estágio.....	33
3.1. Introdução .....	33
3.2. Red Emprendes .....	33
3.2.1. Red Emprendes – O processo de criação de empresas .....	35
3.3. Florida Universitária .....	42
3.3.1. Objetivos do estágio.....	42
3.3.2. Florida – Grupo Educativo Cooperativo .....	45
3.3.3. Florida Universitaria .....	46
3.4. Portal ECSOCIAL.....	47

3.5. Base de dados das organizações dedicadas ao apoio e desenvolvimento da economia social em Espanha .....	48
3.5.1. Potencialidades e limitações da base de dados.....	55
3.6. Conclusões prévias.....	57
4. Conclusões .....	59
5. Bibliografia .....	63
ANEXOS.....	69

## **Índice de Tabelas**

Tabela nº1 – Conceitos de empresa social.....	21
Tabela nº2 – Análise comparativa entre os critérios económicos e sociais das empresas sociais .....	25
Tabela nº3 – Fases do processo para a criação de um plano de empresa.....	36
Tabela nº4 – Tipos de empresas sociais definidos pela legislação espanhola.....	38
Tabela nº5 – Cronograma das atividades do estágio .....	44
Tabela nº6 – A estrutura da Florida em 2012 .....	45

## **Índice de Figuras**

Figura nº1 – Critérios de seleção dos empreendedores sociais .....	28
Figura nº2 – Processo de criação de uma empresa social.....	35

## **Índice de Gráficos**

Gráfico nº1 – Número e tipo de organizações presentes na base de dados .....	49
Gráfico nº2 – Número de organizações por âmbito de atuação presentes na base de dados.....	50
Gráfico nº3 – Número e respetiva distribuição geográfica no território espanhol das organizações autonómicas presentes na base de dados .....	51
Gráfico nº4 – Número de empresas sociais alvo das organizações presentes na base de dados.....	53
Gráfico nº5 – Área técnica de atuação das organizações presentes na base de dados.....	54

## **Siglas e Abreviaturas**

AEDL – Agente de Emprego e Desenvolvimento Local

CEPES – Confederação Empresarial de Economia Social

ECSOCIAL – Portal de Economia Social

EMES – European Research Network – Rede Europeia de Investigação em Economia Social

FEVECTA – Federação Valenciana de Cooperativas de Trabalho Associado

FEVES – Federação de Empresas Valencianas de Economia Social

GEM – Global Entrepreneurship Monitor – Observatório Global do Empreendedorismo

OCDE – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico

IVAJ – Instituto Valenciano da Juventude

RED EMPRENDES – Rede Valenciana do Empreendedor e da Economia Social

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação





# **1. Introdução**

## **1.1. Enquadramento e objetivos**

A realização de um estágio é uma fase fundamental no desenvolvimento académico e profissional de qualquer estudante, representando muitas das vezes o primeiro contacto com o mundo do trabalho e funcionando como uma ponte entre a teoria estudada nas universidades e a prática desenvolvida nas empresas. Embora se trate de uma tarefa de grande responsabilidade, o estagiário tem a oportunidade de conhecer novos métodos e técnicas socioprofissionais e de dar-se a conhecer à empresa e ao mercado de trabalho. É ainda maior a tarefa quando se trata de um estágio internacional, que normalmente envolve o domínio de uma nova língua e uma nova cultura social e organizacional.

O estágio desenvolvido no âmbito do Mestrado em Economia Social da Universidade do Minho foi realizado na Florida Universitária em Valência (Espanha) durante um período de 6 meses. É importante realçar o facto da Florida Universitária ser uma cooperativa de ensino e gerir uma fundação com o mesmo nome, características que marcam uma forte ligação da organização com o universo da Economia Social.

O relatório de estágio apresenta o desenvolvimento de uma base de dados de organizações estratégicas para a Economia Social representadas em Espanha. Este trabalho permitirá que os potenciais empreendedores sociais e as próprias empresas sociais possam consultar através do Portal EC SOCIAL da Fundação Florida um conjunto de informações sobre organizações que apoiam, investigam e/ou difundem as diversas áreas temáticas da Economia Social em Espanha e no exterior. Para tal, foi fundamental o conhecimento do processo de criação de empresas sociais na Comunidade Valenciana, através da Red Emprendes – Rede Valenciana do Empreendedor e da Economia Social, desvendando assim o processo de criação de empresas sociais, as necessidades e desafios ao longo de todo processo empreendedor e as ofertas existentes no mercado para o apoio dos empreendedores no desenvolvimento dos seus projetos.

## **1.2. Estrutura do relatório de estágio**

O relatório de estágio está dividido em cinco capítulos, estando o primeiro capítulo reservado a uma introdução, com a apresentação do estágio propriamente dito. O segundo capítulo desenvolve uma revisão da literatura baseada nas temáticas abordadas no estágio, nomeadamente o empreendedorismo social, as empresas sociais e os empreendedores sociais. O terceiro capítulo descreve a organização e as tarefas desenvolvidas, principalmente o papel da Red Emprendes – Rede Valenciana do Empreendedor e da Economia Social e a base de dados para o portal EC Social. O quarto capítulo apresenta as conclusões finais de todo trabalho. Por último, o quinto capítulo apresenta a bibliografia utilizada e recomendada.

## **2. O Empreendedorismo Social**

### **2.1. Conceito de empreendedorismo social**

O empreendedorismo social não é um fenómeno recente (Alvord, Brown & Letts, 2003a; Barendsen & Gardner, 2004; Nicholls, 2005; Shaw & Carter, 2007). No entanto, o empreendedorismo social como área de investigação é algo bastante atual (Hibbert, Hogg & Quinn, 2002; Certo e Miller, 2008).

Segundo Dees (2009), as raízes do que hoje se chama empreendedorismo social remontam ao final do século XIX, período em que se começou a alterar a ideia de caridade, passando da simples esmola ao pobre para uma caridade mais duradoura e sistémica. “Este último impacto é o princípio fundamental do empreendedorismo social tal como o definimos na atualidade” (Parente *et al.*, 2008:3).

Os últimos anos têm sido marcados por direções diferentes na investigação académica do empreendedorismo social, principalmente quando falamos nas perspetivas norte-americana e europeia (Young, 2006). Os investigadores da escola norte-americana desenvolveram a sua conceptualização de empreendedorismo social sob a influência das análises da corrente teórica do setor não lucrativo (Salamon, 1992; Salamon & Anheier, 1996) e posteriormente enquanto fenómeno próximo das práticas do empreendedorismo em geral (Alvord, Brown, & Letts, 2003b; Dees, Emerson & Economy, 2001). No caso europeu, “as conceções sobre o papel do(s) Estado(s) acerca da provisão de serviços sociais públicos e da resposta a problemas sociais parte de pressupostos distintos do contexto americano” (Parente *et al.*, 2008:6).

Com base no estudo de Dees & Anderson (2006), existem também alguns pontos convergentes entre as duas escolas, tais como: o carácter privado das instituições, a existência formal, a autogovernança, a gestão independente, a natureza voluntária e a livre adesão (Parente *et al.*, 2008:31).

A designação de empreendedorismo social pressupõe que o próprio significado da palavra “social” seja um ponto marcante na definição do conceito. No entanto, analisar a palavra “social” é uma tarefa árdua, pois trata-se de um conceito complexo e por vezes contrariado (Nicholls & Cho, 2006).

A literatura académica aponta ainda como “principal característica distintiva do empreendedorismo social a missão de criar e maximizar o valor social, por intermédio de atividades inovadoras ao invés da geração de lucro inerente ao empreendedorismo” (Davis, 2002; Austin, Stevenson & Wei-Skillern, 2006; Certo & Miller, 2008 in Parente *et al.*, 2008:37). No entanto, até ao momento não existe uma definição universal para o conceito empreendedorismo social (Johnson, 2000; Shaw & Carter, 2004).

O empreendedorismo social na atualidade é caracterizado por uma grande quantidade de dimensões, tal como investigadores que estudam o tema (Dees, 1998; Mair & Martí, 2006). Neste sentido, existem um conjunto de dimensões que caracterizam o conceito de empreendedorismo social: o valor social, a comunidade e a sociedade civil, a inovação social, a missão social, o impacto social e os diferentes recursos usados pelos empreendimentos sociais (Parente *et al.*, 2008):

- Valor social: “a criação de valor social é a vocação prioritária, explícita e central (Dees, 2001) que está no âmago e na ascensão do empreendedorismo social – constitui a sua característica distintiva por excelência” (Nicholls & Cho, 2006 in Parente *et al.*, 2008:41);
- Capacitação das pessoas e da comunidade: “o empreendedorismo social procura a obtenção de mudanças através de projetos participativos, o que implica o desenvolvimento das capacidades humanas em detrimento da criação de relações de dependência” (Bornstein, 2007 in Parente *et al.*, 2008:43);
- Inovação social: “a inovação social pode ser definida como as atividades e serviços inovadores cujo objetivo é superar uma necessidade social e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas através de organizações cujos propósitos principais são sociais” (Mulgan, 2007:8 in Parente *et al.*, 2008:46).
- Valor e impacto social: “conquistar legitimidade social e institucional implica para os empreendimentos sociais, a capacidade de avaliar e divulgar os seus resultados e impactos não só sociais mas também financeiros e de gestão de recursos” (Dees, 2001; Young, 2006 in Parente *et al.*, 2008:51).

## 2.2. Conceito de empresa social

Segundo Quintão (2004:5) “as empresas sociais são referidas como um conjunto de organizações e práticas empresariais surgidas a partir do final da década de 70, como formas de reação, por parte de coletividades da sociedade civil, à crise económica e social”. Esta definição aponta temporalmente para a época dos choques petrolíferos de 1973 e 1979 que provocaram uma subida do preço do petróleo, evidenciada pelo desemprego crescente e pelas posteriores reestruturações do Estado Providência. É nesta fase que o sector público vai reorganizar as suas políticas sociais e como o sector privado em geral não deslumbra o lucro nas novas necessidades as empresas sociais vão ganhar força.

O conceito é referido na revista “Impresa sociale” em 1990 (Defourny & Nyssens, 2008) para designar as iniciativas pioneiras que se agrupariam através da forma legal de “cooperativas sociais” que aprovou o Parlamento Italiano um ano depois (Fisac et al., 2011).

A Comissão Europeia, a OCDE e a EMES apresentaram definições diferentes do conceito de empresa social:

**Tabela nº1 – Conceitos de empresa social**

ORGANIZAÇÃO	CONCEITOS DE EMPRESA SOCIAL
Comissão Europeia	“Adotou-se como expressão empresas sociais para designar as iniciativas que incorporam ou são criadas por pessoas procedentes da exclusão e do desemprego, e que produzem bens e serviços que vendem ao mercado público e privado, obtendo resultados que não se utilizam para o lucro pessoal ou para remunerar o capital” (Estivill, Bernier, Valadou; 1997:20).

ORGANIZAÇÃO	CONCEITOS DE EMPRESA SOCIAL (continuação)
OCDE	<p>“As empresas sociais são associações que se organizam com o seu espírito empresarial para alcançar objetivos sociais e económicos, que assumem distintas formas legais de acordo com o país. A característica distintiva é a sua capacidade para desenhar soluções e dinâmicas para os problemas de desemprego e da exclusão social, contribuindo para o desenvolvimento sustentável” (OCDE, 1999:8). “O termo empresa social refere-se a qualquer atividade privada levada a cabo pelo interesse público, organizada como uma estratégia empresarial, cujo propósito principal não é a maximização do lucro mas sim a prossecução de certos objetivos sociais e económicos com capacidade de adaptar soluções inovadoras para os problemas de exclusão social e desemprego” (OCDE, 1999:11). “Dentro desta definição encontram-se empresas que centram a sua atividade principal na reintegração de desempregados e no desenvolvimento de zonas pobres e empresas prestadoras de bens ou serviços à comunidade nas áreas tradicionais e novas áreas correspondentes às novas necessidades sociais” (OCDE, 1999 in Quintão 2004:9).</p>
EMES	<p>As empresas sociais são:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• iniciativas empresariais empreendidas por um grupo de cidadãos;</li> <li>• têm uma estrutura de poder não baseada na detenção de capital;</li> <li>• inclui a participação das pessoas afetadas na atividade da empresa;</li> <li>• distribuição limitada de lucros;</li> <li>• objetivo explícito de beneficiar a comunidade.</li> </ul> <p>Esta perspetiva incorpora, no conceito de empresas sociais, as organizações privadas sem fins lucrativos que são prestadoras de serviços sociais, visando o bem comum, e que se organizam segundo formas empresariais tradicionais (modelos públicos e privados), “inscritas no campo em plena evolução dos serviços pessoais”, e a “formação – reinserção de pessoas excluídas no mercado de trabalho” (EMES, 2011 in Quintão 2004:9).</p>

Fonte: Quintão (2004:9)

O “valor social” constitui um fator importante para verificar a verdadeira natureza de uma empresa social. A criação de valor social está dependente da “procura do progresso social, mediante a remoção de barreiras que dificultam a inclusão, a ajuda a aqueles temporalmente debilitados ou que carecem de voz própria e a mitigação dos efeitos secundários indesejáveis da atividade económica” (Austin *et al.*, 2006:296).

A prossecução dos objetivos organizacionais está dependente da capacidade de gerar “capital social”. O capital social pode ser definido como “os recursos comunitários que se criam mediante a presença de níveis elevados de:

- confiança;
- reciprocidade;
- partilha de normas de comportamento;
- partilha de sentimento de compromisso e de pertença;
- redes sociais formais e informais;
- e canais efetivos de informação;

Sendo que estes elementos podem ser utilizados de maneira produtiva por indivíduos e grupos para favorecer ações que beneficiam os indivíduos e grupos de uma comunidade em geral” (GES, 2002:16).

De salientar, igualmente como fator muito importante nas empresas sociais a “capacidade de inovação”. É comum verificar na literatura académica que palavras como empresa social e inovação são relacionadas e estudadas em conjunto. Um estudo da Comissão Europeia referido por Quintão (2004) identifica como fundamental para o sucesso das empresas sociais a adequação dos produtos e serviços ao público e a capacidade de identificar novas necessidades.

### **2.2.1. Características das empresas sociais**

A partir da década de 90 as organizações de economia social expandiram-se com diferentes formas jurídicas e com especificidades em cada país mas com um conjunto de elementos caracterizadores fundamentais (CEPES, 2010 in Fisac *et al.*, 2011:5):



- Organização democrática, gestão autónoma e independente;
- Primazia do trabalho e dos trabalhadores sobre o capital;
- Distribuição de benefícios/resultados com critério coletivo;
- Solidariedade com o ambiente;
- Orientada para a coesão social.

Podem também ser definidas as seguintes características para a empresa social (Thompson & Doherty, 2006 in Barrera 2007:64):

- a) Tem uma missão social;
- b) Os seus ativos utilizam-se para criar um benefício comunitário;
- c) Alcança os seus objetivos segundo as reformas do mercado;
- d) Os benefícios e os excedentes não são distribuídos pelos acionistas;
- e) Os associados e os empregados influenciam o governo da organização, e participam na tomada de decisões estratégicas;
- f) Constrói uma reputação positiva na comunidade e nos seus associados a respeito da sua atuação responsável na sociedade;
- g) Alcança simultaneamente resultados financeiros e sociais.

Manfredi (2005:846) também apresenta critérios para caracterizar as empresas sociais:

- a) Uma aproximação proactiva face a uma mudança do ambiente social;
- b) A habilidade de criar valor social e económico simultaneamente;
- c) A habilidade de trabalhar segundo a lógica da rede na qual está imersa;
- d) Um foco simultâneo dos stakeholders internos e externos;
- e) Estrutura uma missão social focada para a transformação da sociedade, instruindo novos valores e comportamentos;
- f) Uma estratégia social orientada para resolver os problemas da sociedade, incluindo nela uma estratégia empresarial dirigida a garantir a sua autossuficiência e autonomia financeira.

Mair e Noboa (2003:11) acrescentam que a especificidade das empresas sociais vem da sua “autoridade social” pois são organizações que trabalham com reputação e confiança.

Segundo Barrera (2007:64) os autores referidos anteriormente proporcionam um conjunto de elementos estratégicos importantes nas empresas sociais e que são apresentados pelo autor da seguinte forma:

- a) Uma missão social que deriva de uma estratégia social proactiva orientada a produzir, catalisar, mudar e transformar a sociedade, atendendo às necessidades básicas humanas e fornecendo a solução dos problemas sociais;
- b) Um enfoque estratégico nos mercados de baixos rendimentos, isto é, uma orientação para a criação simultânea de valor social e económico para os pobres e marginalizados;
- c) Um modelo de negócio que cria um impacto nos valores e comportamentos dos atores sociais e também adequado ao contexto socioeconómico e cultural onde desenvolve as suas atividades, entendendo que os clientes são “pessoas” dignas de respeito como seres humanos únicos e irrepetíveis;
- d) A autossuficiência e autossustentabilidade económica graças à criação de valor económico a partir da comercialização dos bens e serviços oferecidos mediante a proposta de valor.

**Tabela nº2 – Análise comparativa entre os critérios económicos e sociais das empresas sociais**

CRITÉRIOS ECONÓMICOS	CRITÉRIOS SOCIAIS
Atividade contínua produtora de bens ou serviços	Objetivo explícito de benefício comunitário
Alto nível de autonomia	Iniciativa colocada em marcha por um coletivo de cidadãos
Nível significativo de risco económico	Poder de tomada de decisões não baseado na propriedade do capital
Percentagem mínima de trabalho remunerado	Natureza participativa que inclua as diferentes partes implicadas na atividade
	Distribuição de benefícios limitada

Fonte: Defourny e Nyssens (2008) in Fisac *et al.* (2011)

Os critérios apresentados são meramente um quadro caracterizador para situar as diferentes organizações no conceito.

### 2.2.2. Tipologia das empresas sociais

O manual de empreendedorismo social do Global Entrepreneurship Monitor (GEM) apresenta as três características que as empresas sociais possuem (Grau, 2012:15):

- Proeminência de um fim social ou ambiental ao contrário do fim económico.
- Dependência das receitas obtidas e contribuição destas para o total das receitas da organização.
- Presença de inovação.

Em função dos fatores anteriores podem-se identificar quatro tipos de empresas sociais (Grau, 2012:15):

1. ONG tradicional: o objetivo social/ambiental é o único ou principal; tem o estatuto de organização não lucrativa.
2. Empresa social não lucrativa: o objetivo social/ambiental é o único ou principal; tem o estatuto de organização não lucrativa e é inovadora no(s) projeto(s).
3. Empresa social híbrida: o objetivo social/ambiental é o único ou ocupa uma posição muito importante e existe uma estratégia de gerar receitas que está “integrada” ou é “complementar” à missão da organização.
4. Empresa social lucrativa: o objetivo social/ambiental ocupa uma posição importante mas não é o único e existe uma estratégia clara de gerar receitas.

Segundo Grau (2012:16), a Fundação Schwab apresenta outra classificação possível para as empresas sociais:

1. Empresas alavancadas não lucrativas: normalmente obtêm o seu financiamento de doações filantrópicas.
2. Empresas não lucrativas híbridas: o empreendedor funda uma organização não lucrativa, mas o modelo inclui uma certa recuperação de custos através da venda de bens e serviços. Para esta, geralmente fundam-se entidades legais onde se depositam os ingressos e se carregam os gastos benéficos de uma forma mais eficiente.
3. Organizações empresariais sociais: o empreendedor funda uma organização lucrativa para prover serviços ou produtos sociais ou ecológicos. O objetivo principal não é maximizar os rendimentos financeiros para os acionistas mas fazer crescer o negócio para que possa chegar a mais indivíduos. O

empreendedor que cria este tipo de empresas procura investidores que estejam interessados em obter dos seus investimentos mais rendimentos financeiros em vez de sociais.

## **2.3. Perfil do empreendedor social**

### **2.3.1. O empreendedor social**

O termo “empreendedor social” transmite uma relação de atividades com carácter dinâmico e inovador que exigem celeridade e pró-atividade, sendo aplicadas a objetivos sociais e desenvolvidas em organizações não lucrativas (Martin & Osberg, 2007).

A expressão “empreendedor social” vulgarizou-se nos anos 90 do século passado mas os empreendedores sociais e as ações de empreendedorismo social podem ser encontrados ao longo da história (Nicholls, 2006 in Parente *et al.*, 2008:3).

Nicholls (2006) refere um conjunto de indivíduos identificados como empreendedores sociais, sendo que destaca a inglesa Florence Nightingale, fundadora da primeira escola de enfermagem que desenvolveu práticas de enfermagem modernas durante a 2ª Guerra Mundial através de reformas profundas nos hospitais do exército inglês.

Segundo Dees, os empreendedores sociais não têm que ser necessariamente inventores, tendo apenas que adotar uma visão criativa na hora de colocar em prática invenções de outros (Grau, 2012).

Dees (2001) considera igualmente que os empreendedores sociais são um tipo de empreendedor. Diversos autores da literatura académica explicam que a principal diferença do empreendedorismo social é a missão de criar e maximizar o valor social através de atividades inovadoras ao contrário da geração de lucro como é patente com o empreendedorismo (Davis, 2002; Austin *et al.*, 2006; Certo & Miller, 2008). Peredo & Mclean (2006) acrescentam que o empreendedorismo social é o compromisso para criar valor social. As oportunidades são assim essenciais para os empreendedores sociais melhorarem o bem-estar social (Zahra *et al.*, 2009).

Young (2006) sustenta que o foco no carácter individual do empreendedor individual versus o carácter coletivo e organizacional do empreendedorismo social é a principal

diferença entre a escola norte-americana e a escola europeia e latino americana (Parente *et al.*, 2008:34).

Tan *et al.* (2005) apresentam dois aspetos a considerar quando se analisa o enfoque social do empreendedor (Grau, 2012:11):

1. Objetivos altruístas: embora não exista acordo sobre a medida em que os fins sociais devem estar presentes, estes sempre o estão. O ponto a clarificar é se o fim social é um objetivo único, principal, importante, ou simplesmente secundário.
2. Grupo da sociedade ao qual se dirige o projeto: no caso do empreendedorismo social, o benefício é para esse determinado grupo e ao longo do projeto implica-se ou compromete-se o grupo.

Segundo Ashoka España (2012), organização pertencente à Ashoka – rede internacional de empreendedores sociais e inovadores, os empreendedores sociais devem ter uma ideia inovadora que produza uma mudança social específica e uma visão empreendedora para realizar os seus projetos. Os empreendedores sociais da comunidade Ashoka possuem a visão, a criatividade e a determinação tradicional associada aos empreendedores de negócios mas a sua motivação é gerar uma mudança social profunda e duradoura e não o benefício económico. Os empreendedores sociais apoiados pela organização Ashoka são admitidos através de um rigoroso processo de seleção em que comprova se cumprem os critérios de seleção:

**Figura nº1 – Critérios de seleção dos empreendedores sociais**



Fonte: Adaptado de Ashoka España (2012)

Os critérios apresentados na figura nº1 são uma referência para a Ashoka no que se refere a caracterizar e selecionar os projetos e empreendedores sociais que desejem ser apoiados pela organização. No entanto, Grau (2012:20) aprofunda ainda mais os critérios evidenciados na figura nº1 e apresenta o estudo realizado por Sharir & Lerner (2006) em que estes autores se centram nos empreendedores sociais que operam em Israel. O estudo destes autores baseia-se na análise qualitativa de 33 empresas sociais estabelecidas nos anos 90 do século passado. O exame realiza-se tendo em conta quatro dimensões (o empreendedor, o ambiente, a organização e o processo) e dele se desprendem quinze variáveis que podem contribuir potencialmente para o êxito de uma empresa social:

1. Experiência prévia do empreendedor na área da direção;
2. Plena dedicação por parte do empreendedor;
3. Apoio recebido da família e amigos durante a fase inicial do projeto;
4. Aceitação por parte do público da ideia que o projeto pretende executar;
5. Rede social na qual se move o empreendedor;
6. Apoio recebido do setor público;
7. Financiamento recebido de fundações;
8. Apoio recebido de outras organizações sem fins lucrativos;
9. Capital fundacional da organização;
10. Composição inicial da equipa humana que forma a organização;
11. Desempenho do conselho de administração/direção;
12. Expansão planificada e estabilização da rede social da organização;
13. Planificação preliminar do projeto;
14. Cooperação a longo prazo;
15. Prova do produto/serviço no mercado.

## **2.4. O empreendedorismo social em Espanha**

Para melhor se compreender a realidade empreendedora em Espanha e em especial na Comunidade Valenciana, nomeadamente no que se refere ao empreendedorismo social, é fundamental conhecer alguns dados bastante elucidativos.

O Relatório GEM España de 2007 apresenta um conjunto de informações relevantes para a caracterização do perfil do empreendedor espanhol:

- Sexo: a maioria são homens (64,1%), enquanto que as mulheres representam 35,9% dos empreendedores;
- Idade: a maioria situa-se entre os 25 e 34 anos, mais concretamente 7,9% entre os 18 e os 24 anos, 38,1% entre os 25 e os 34 anos, 26,7% entre os 35 e os 44 anos, 17,5% entre os 45 e os 54 anos e 9,8% entre os 55 e os 64 anos;
- Escolaridade: 2,8% não possuem estudos, 23,8% possuem o ensino obrigatório, 22,6% completaram o ensino secundário, 19% têm formação profissional pós-secundário e 31,8% possuem uma licenciatura ou grau superior;
- Dedicção: 90% dos empreendedores dedicam-se a tempo inteiro aos seus projetos;
- Antecedentes: 81,9% dos inquiridos são empreendedores pela primeira vez, sendo que apenas 17,7% já tinham experiência empreendedora.

Perante os dados apresentados anteriormente, pode-se concluir que o empreendedor espanhol é maioritariamente um individuo do sexo masculino, entre os 25 e 34 anos, que possui formação pós-secundária, dedicando-se a tempo inteiro ao seus projetos empreendedores.

No entanto, o mesmo relatório GEM España de 2007 apresenta um cenário motivador em relação ao abandono das iniciativas empresariais verificadas no território espanhol, sendo que a taxa de abandono dos projetos empreendedores espanhóis, revela que nos primeiros 12 meses apenas 2,2% da população entre os 18 e os 64 anos abandonou a sua atividade empreendedora. Mesmo quando estes abandonam a sua iniciativa esta continua sob a gestão de terceiros em 34,3% dos casos. No que respeita aos motivos de abandono da atividade 64,1% dos inquiridos responderam que a sua atividade não era rentável, seguindo-se 13,9% por razões pessoais e 12,0% por dificuldades em obter financiamento.

### **2.4.1. A Red Emprendes na Comunidade Valenciana**

A Red Emprendes – Rede Valenciana do Empreendedor e da Economia Social apresenta-se já como uma referência incontornável na Comunidade Valenciana no que se refere à criação de empresas e formação de empreendedores para a Economia Social. A estratégia de aproximação ao público em geral e daí comunicar com os empreendedores tem levado esta rede a expandir-se a dezenas de localidades e a instituições públicas que trabalham em parceria. Os dados ao nível das ações de informação são reveladores de um dinamismo e presença junto daqueles que se interessam pela criação do seu próprio emprego.

Entre 2010 e 2011 a Red Emprendes foi responsável pela criação de 56 empresas, aconselhou tecnicamente 90 grupos de empreendedores, realizou 186 formações técnicas e 766 ações de formações junto dos potenciais empreendedores (Red Emprendes, 2012).

### **2.5. Conclusões prévias**

Através da revisão da literatura é possível constatar que o empreendedorismo social não é um fenómeno recente mas sim uma área de estudo e investigação relativamente nova. Porém já existem um conjunto de dimensões caracterizadoras para o conceito.

Analisar o empreendedorismo social é também analisar as empresas sociais e os empreendedores sociais, pois estes conceitos influenciam-se mutuamente. No que se refere à empresa social, existem vários conceitos e vários tipos de empresas sociais, no entanto, nesses mesmos conceitos permanecem características comuns como é o caso do valor social, do capital social, da capacidade de inovação, entre outros. A mesma situação é verificável quando tentamos definir os empreendedores sociais, estando estes dotados de uma visão criativa e voltada para fins sociais distinguindo-se assim dos demais empreendedores.

Relativamente aos dados da atividade empreendedora em Espanha, e em especial na Comunidade Valenciana, a Red Emprendes disponibiliza apoio técnico especializado para os potenciais empreendedores sociais, apresentando já resultados bastante satisfatórios.





### **3. Estágio**

#### **3.1. Introdução**

O presente relatório de estágio permitiu desenvolver uma maior capacidade de análise da economia social em geral e do empreendedorismo social em particular fora do contexto português. É neste ponto que a Florida Universitaria funcionou não só como o local de estágio mas também como uma ponte para outras organizações. Foi fundamental para isso compreender a importância para o mercado da economia social da existência de uma rede para o empreendedor social, como é o caso da Red Emprendes, que possibilite a criação de empresas sociais mas que ao mesmo tempo forme o empreendedor em todas as suas vertentes. Neste sentido, a Red Emprendes desenvolve juntamente com os empreendedores um conjunto de fases-chave consideradas fundamentais para a criação de empresas sociais.

#### **3.2. Red Emprendes**

A Rede Valenciana do Empreendedor e da Economia Social (Red Emprendes) é um instrumento para promover o desenvolvimento da economia social na Comunidade Valenciana e dirigido especialmente aos empreendedores. Conta com a presença dos principais organismos que atuam na área da economia social e do empreendedorismo, sendo eles: a Direção Geral do Trabalho, Cooperativismo e Economia Social do Governo Valenciano (Generalitat Valenciana), a Federação de Empresas Valencianas de Economia Social (FEVES) e a Federação Valenciana de Empresas Cooperativas de Trabalho Associado (FEVECTA). A Red Emprendes possui uma comissão executiva e vários centros locais de apoio ao empreendedor, sendo também apoiada pelo Instituto Valenciano da Juventude (IVAJ).

A Red Emprendes (2012) disponibiliza na sua página web oficial um conjunto de informações sobre a sua organização e os serviços que oferecem aos empreendedores e às empresas sociais. De uma forma sintética de seguida serão apresentados os objetivos gerais e as linhas de atuação da rede.

A Red Emprendes possui três grandes objetivos:

- Informar e sensibilizar a sociedade em geral e os empreendedores e trabalhadores em particular para o valor da economia social, dando a conhecer uma realidade que vai para além do meramente económico;
- Apoiar os empreendedores e as empresas sociais mediante a oferta de serviços especializados e aconselhamento;
- Promover o setor entre os agentes sociais e económicos para despertar o interesse pela economia social e a participação no desenvolvimento da mesma.

As Red Emprendes possui ainda as seguintes linhas de atuação:

- Informação e sensibilização dirigidas à sociedade: dar a conhecer à sociedade a importância da economia social no sistema económico;
- Apoio a empreendedores e empresas: Apoio específico para empreendedores com ideias e empresas criadas recentemente:
  - Serviços de informação: realizar sessões de informação, distribuir boletins informativos, publicar livros e informações na página web da rede;
  - Serviços de aconselhamento ao empreendedor: dar a conhecer as ajudas e o financiamento disponível, as formas jurídicas e os processos de criação de uma empresa, bem como as questões laborais. São também supervisionados os planos de viabilidade das empresas;
  - Serviços de aconselhamento a empresas recém-criadas: aconselhamento sobre todos os aspetos da legislação cooperativa, acompanhamento dos primeiros momentos da empresa, apoio na configuração de redes de cooperação entre empresas, apoio a trabalhadores em situações de risco e apoio ao nível das tecnologias de informação e comunicação;
- Atuações gerais: Estudos sobre o setor da economia social, participação em projetos nacionais e internacionais e colaboração com outras entidades interessadas no desenvolvimento do setor.

### 3.2.1. Red Emprendes – O processo de criação de empresas

A Red Emprendes (2012) apresenta aos potenciais empreendedores um modelo de criação de empresas simplificado, sendo que este é baseado num conjunto de 6 etapas para o desenvolvimento de qualquer projeto empreendedor na economia social. Esse modelo é apresentado no esquema seguinte:

**Figura nº2 - Processo de criação de uma empresa social**



Fonte: Adaptado de Red Emprendes (2012)

Na fase da geração da ideia, segundo a Red Emprendes (2012), o importante é dotar o empreendedor das ferramentas que definam e viabilizem as suas ideias para o seu projeto. As ideias podem surgir da experiência profissional, de novas necessidades, da modificação de produtos ou serviços, da inovação criativa, da atuação em mercados emergentes, entre outros. Para melhor se definir as ideias é necessário realizar um questionário específico. As ideias nascem de sonhos e desejos de pessoas comuns, pois não é necessário ser-se um génio para ser empreendedor mas sim ter uma ideia e que essa ideia tenha mercado, isto é, que exista uma necessidade a satisfazer.

No entanto, a Red Emprendes identifica como importantes algumas características que definem um empreendedor, tais como:

- A circunstância;
- O sentido de oportunidade ou de negócio;
- O conhecimento;
- Responsabilidade pessoal;

- Capacidade de liderança;
- Capacidade de assumir riscos.

Após o conhecimento concreto da(s) ideia(s) empreendedora(s) é necessário que o plano de empresa seja acompanhado e desenvolvido por profissionais. Embora o esforço pessoal do empreendedor seja decisivo, existem sempre variáveis que não são do conhecimento do empreendedor. Como tal, é fundamental considerar algumas questões prévias, como por exemplo, as características do mercado e dos produtos que já estão disponíveis.

Para além destas considerações iniciais, é apresentado ao empreendedor um simulador online para a criação de um plano de empresa:

**Tabela nº3 -Fases do processo para a criação de um plano de empresa**

PLANO DE EMPRESA	FASES
Resumo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nome da empresa;</li> <li>• Ideia de negócio;</li> <li>• Promotores do negócio;</li> <li>• Equipa diretiva e organização interna;</li> <li>• Estado do desenvolvimento do negócio;</li> <li>• Produtos/serviços: aspetos mais inovadores e objetivos;</li> <li>• Público-alvo e tamanho potencial;</li> <li>• Investimento requerido.</li> </ul>

PLANO DE EMPRESA	FASES (continuação)
Estratégia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Missão;</li> <li>• Visão;</li> <li>• Valores e cultura corporativa;</li> <li>• Análise externa: Análise do ambiente geral (fatores económicos, fatores socioculturais, fatores tecnológicos, fatores político legais, fatores ecológicos e de qualidade); Análise do ambiente específico do setor (ameaça de entrada de novos competidores, ameaça de produtos substitutos, poder de negociação com provedores, poder de negociação de clientes e barreiras de saída); Mercado, clientela e competência (mercado atual e previsto, definição dos clientes presentes e potenciais, detalhe das tendências importantes e análise da competência);</li> <li>• Diagnóstico interno: Análise SWOT (forças, fraquezas, oportunidades e ameaças) e formulação de estratégias.</li> </ul>
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política comercial e marketing (política do produto, preços, distribuição, comunicação e promoção, força de vendas, qualidade e fidelização e plano de vendas);</li> <li>• Política de organização e recursos humanos;</li> <li>• Política de produção e operações (linhas funcionais e ações, análise de custos, plano de aprovisionamento e plano de investimentos);</li> <li>• Política financeira e orçamento;</li> <li>• Resultados dos subsídios, financiamentos, ingressos, gastos e rentabilidade.</li> </ul>
Projeto em marcha	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seleção da forma jurídica;</li> <li>• Guia dos trâmites gerais e específicos;</li> <li>• Obrigações periódicas;</li> <li>• Constituição da empresa.</li> </ul>
Resultados e Conclusões	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Avaliação do projeto.</li> </ul>

Fonte: Adaptado de Red Emprendes (2012)

No que se refere ao enquadramento legal das empresas sociais, a legislação espanhola e em especial a legislação valenciana apresentam três tipos de empresa sociais: Sociedade Anónima Laboral, Sociedade de Responsabilidade Limitada Laboral e Sociedade Cooperativa, tal como apresenta a tabela nº4. O empreendedor social terá que selecionar a forma jurídica que mais se enquadre com a sua atividade profissional.

**Tabela nº4 – Tipos de empresas sociais definidos pela legislação espanhola**

<b>TIPO</b>	<b>DENOMINAÇÃO</b>	<b>TRAMITES E CONSTITUIÇÃO</b>	<b>NÚMERO MÍNIMO DE SÓCIOS</b>	<b>TIPO DE CONTRIBUIÇÕES PERMITIDAS</b>
<b>SOCIEDADE ANÓNIMA LABORAL (S.A.L.)</b>	Denominação livre, não idêntica à de outra sociedade + S.A.L.	Escritura pública (Notário), liquidar taxas e impostos. Inscrição no registo de S.A.L. Inscrição no registo comercial.	Mínimo de 3 na constituição. Devem ser sócios como mínimo os 85% dos trabalhadores fixos a tempo inteiro ou os 75% se há menos de 25 sócios trabalhadores.	Dinheiro, bens ou direitos de conteúdo patrimonial.
<b>SOCIEDADE DE RESPONSABILIDADE LIMITADA LABORAL (S.L.L.)</b>	Denominação livre, não idêntica à de outra sociedade + S.L.L.	Escritura pública (Notário), liquidar taxas e impostos. Inscrição no registo de sociedades laborais. Inscrição no registo comercial.	Mínimo de 3 na constituição. Devem ser sócios como mínimos os 85% dos trabalhadores (as) fixos a tempo inteiro ou os 75% se há menos de 25 sócios (as) trabalhadores (as).	Dinheiro, bens ou direitos de conteúdo patrimonial.
<b>SOCIEDADE COOPERATIVA</b>	Denominação não idêntica à de outra Sociedade Cooperativa + tipo de responsabilidade (limitada ou ilimitada)	Escritura pública (Notário), liquidar taxas e impostos. Inscrição no registo geral de cooperativas.	3 Sócios, exceto nas de segundo grau que são necessárias duas cooperativas fundadoras.	Dinheiro, bens, móveis ou imóveis e créditos ou direitos similares a eles.

Fonte: Red Emprendes (2012)

Com o objetivo de melhor compreender os tipos de empresas sociais referidos na tabela nº4, a legislação espanhola define os seus conceitos:

**Sociedades Laborais:** A Lei 4/1997 de 24 de Março define o conceito de “Sociedade Laboral” como “as sociedades anónimas ou de responsabilidade limitada nas que a maioria do capital seja propriedade de trabalhadores que prestem nas mesmas serviços retribuídos em forma pessoal e direta, cuja relação laboral seja por tempo indefinido” (ver anexo nº1).

**Sociedades Cooperativas:** A Lei 27/1999 de 16 de Julho define o conceito de “Sociedade Cooperativa” como “uma sociedade constituída por pessoas que se associam, em regime de livre adesão e demissão voluntária, para a realização de atividades empresariais, encaminhadas a satisfazer as suas necessidades e aspirações económicas e sociais, com estrutura e funcionamento democrático, conforme os princípios formulados pela Aliança Cooperativa Internacional”, apresentados nos anexos nº1 e nº2.

No que se refere às formas de financiamento das empresas sociais em Espanha, a Red Emprendes (2012) apresenta as possibilidades, devendo o empreendedor social considerar no momento da avançar com o projeto quais as condições em vigor.

- **Empréstimo** – Consiste num empréstimo realizado pela entidade financeira à empresa num determinado valor e juros acordados, com as seguintes características gerais: amortização máxima de 9 anos, período máximo de carência de 7 anos, tipo de juros com um mínimo (determinado pela taxa de juro Euribor a 1 ano) e um máximo (de até 5 ou 6 pontos percentuais acima do tipo de juro mínimo), sem garantias e dependente de subsídios públicos;
- **Crédito** – A entidade financeira disponibiliza determinada quantia, com um prazo fixado, sendo os juros e o valor deduzidos periodicamente, sendo possível cancelar uma parte ou a totalidade da dívida desde que a entidade financeira considere conveniente;
- **Renting** – Consiste no aluguer a longo prazo de um determinado produto, normalmente com assistência incluída, pela qual as empresas pagam uma determinada quota fixa mensal durante a duração do contrato, no entanto, não existe opção de compra no final do contrato;



- **Leasing** – É um contrato de arrendamento de um bem móvel ou imóvel com as possibilidades de adquirir o bem, renovar o contrato ou entregar o bem no final do contrato;
- **Hipoteca** – É um contrato em que uma pessoa ou entidade empresta uma determinada quantia de dinheiro a outra pessoa ou empresa, sendo que o devedor terá que cumprir com a devolução dos montantes e prazos acordados sob pena da venda em leilão público dos bens hipotecados para cobrar os valores em dívida;
- **Factoring** – Consiste na cedência da carteira de cobranças a clientes a uma empresa especializada, sendo uma opção mais apropriada a pequenas empresas sem possibilidades de recurso ao crédito;
- **Desconto** – Consiste num desconto obtido pelas condições de pagamento, normalmente associado ao pronto pagamento ou à antecipação do pagamento, passando pela contabilização dos juros descontados para calcular o valor efetivo do desconto.

O empreendedor social terá ainda disponível um conjunto de ajudas financeiras disponíveis pela União Europeia, Governo de Espanha e pela Generalitat Valenciana que estão disponíveis nas Agências de Emprego e Desenvolvimento Local (AEDL) para consulta e posterior aconselhamento e candidatura.

Os técnicos AEDL apoiam os empreendedores sociais na realização de um conjunto de tarefas administrativas junto das instituições oficiais (Red Emprendes, 2012). É fundamental referir que os trâmites necessários para a constituição de uma sociedade laboral ou uma cooperativa apenas diferem no ponto relativo à inscrição no registo do tipo de empresa, pois as sociedades laborais inscrevem-se no Registo de Sociedades Laborais e as cooperativas inscrevem-se no Registo de Cooperativas.

### **Trâmites correspondentes às sociedades laborais e cooperativas:**

- Solicitar a certificação negativa de denominação social
- Depósito de capital social
- Redação da Ata de Constituição e dos estatutos
- Qualificação prévia da escritura e dos estatutos sociais
- Outorgamento da escritura de constituição e protocolização dos estatutos sociais
- Solicitar o cartão de identificação fiscal (CIF)
- Declaração do censo de início de atividade ou declaração prévia ao início de operações
- Alta no Imposto de Atividades Económicas
- Liquidação do Imposto de transmissões patrimoniais e Atos Jurídicos Documentados (1% do capital social)
- Declaração de abertura do centro de trabalho
- Inscrição no Registo de Sociedades Laborais ou no Registo de Cooperativas
- Inscrição no Registo Comercial
- Legalização dos livros contabilísticos
- Legalização dos livros sociais
- Solicitação dos livros de visita e matrícula
- Inscrição da empresa na Segurança Social e alta da empresa no regime de acidentes de trabalho
- Alta de sócios e trabalhadores na Segurança Social
- Formalização de contratos de trabalho

Para a Red Emprendes (2012), a consolidação surge como a última fase no processo de criação de empresas sociais, sendo que a partir daí, mesmo estando o empreendedor sob o apoio da rede através da assessoria com técnicos especializados, iniciará a fase ativa no desenvolvimento do seu negócio.

Em todo o processo de criação de empresas sociais, os agentes de emprego e desenvolvimento local (AEDL) são uma figura fundamental no apoio aos empreendedores e empresas sociais, quer pela sua proximidade, quer pela sua experiência profissional na área do empreendedorismo. Estes técnicos têm como objetivo primordial incrementar o emprego e o crescimento económico ao nível local. Para estas atividades serem conseguidas concentram em si um conjunto de ajudas consideráveis, sendo mesmo definidos por Albuquerque (2002) como promotores, intermediários, catalisadores, animadores, informadores e capacitadores para o desenvolvimento do território e da população (Palomares & Cardona, 2011:11).

Embora a figura do agente de emprego e desenvolvimento local nem sempre tenha sido totalmente reconhecida, atualmente estes profissionais encontram-se regulados pela legislação espanhola e desenvolvem as suas atividades nos municípios espanhóis.

Existem algumas dúvidas quanto aos conhecimentos dos técnicos AEDL no que se refere à economia social, podendo estes fatores serem responsáveis pelo não incentivo deste modelo alternativo de economia juntos dos empreendedores. Estas dúvidas são sustentadas de uma forma mais coesa por Palomares & Cardona (2011) sobre a formação académica destes técnicos que na esmagadora maioria das suas formações superiores não consta a economia social.

### **3.3. Florida Universitária**

#### **3.3.1. Objetivos do estágio**

O estágio internacional de 6 meses realizado no Departamento de Inovação da Florida Universitária pertencente à Florida – Grupo Educativo Cooperativo em Valência (Espanha) desenvolveu-se essencialmente nas áreas da inovação e empreendedorismo social.

Em conjunto com a orientadora da Florida Universitária foram definidas as tarefas gerais a realizar durante o estágio:

- Apoio técnico nas atividades realizadas pela área de inovação;
- Contacto com empreendedores sociais e empresas sociais;
- Reportar informações e notícias referentes à economia social;
- Pesquisa e monitorização da inovação na economia social;
- Processamento e análise de informações;
- Identificação de boas práticas;
- Análise das possibilidades de financiamento para a inovação;
- Estudo do sistema de organização da Florida Universitária;

No decurso do estágio foram igualmente desenvolvidas as seguintes tarefas: levantamento e atualização da legislação autonómica, nacional e internacional sobre a economia social; apoio na elaboração de alternativas para a modernização do Portal ECSOCIAL, para o qual também foi realizado um estudo de Benchmarking sobre as melhores práticas nas organizações sociais; e o desenvolvimento de uma base de dados de organizações que investigam, apoiam e incrementam projetos de empreendedorismo social e de inovação nas diferentes áreas da economia social em Espanha, podendo tratar-se de organizações autonómicas, nacionais ou internacionais.

Foram igualmente estabelecidos os objetivos a atingir pelo estagiário no âmbito da economia social valenciana, dos quais se destacam os seguintes conhecimentos e competências:

- Conhecimento das organizações sociais e dos seus processos de gestão;
- Compreensão dos processos de inovação social e das estratégias a aplicar nas organizações sociais;
- Metodologias estratégicas a integrar na inovação das organizações sociais;
- Conhecimento da realidade do empreendedorismo social na Comunidade Valenciana;
- Conhecimentos das tecnologias de informação e comunicação nas áreas de marketing, inovação, gestão de clientes, processos, etc.

Durante a realização do estágio surgiu a necessidade de criar ferramentas que facilitassem à Florida Universitaria um melhor apoio aos potenciais empreendedores na criação das suas empresas sociais. Para tal, foi fundamental compreender o processo de criação de empresas sociais em Espanha e nomeadamente na Comunidade Valenciana, recorrendo-se assim ao trabalho desenvolvido pela Red Emprendes – Rede Valenciana do Empreendedor e da Economia Social. Foi então possível conhecer as diversas fases da criação de uma empresa de economia social e as tarefas que os empreendedores sociais são submetidos desde a geração das suas ideias até a consolidação do projeto empreendedor. É neste ponto que a Red Emprendes permitiu que a Florida Universitária deslustrasse a necessidade de criar uma base de dados dedicada a organizações que desenvolvem as suas atividades no âmbito da economia social e que apoiam os empreendedores sociais no desenvolvimento dos seus projetos.

**Tabela nº5 – Cronograma das atividades do estágio**

<b>TAREFAS</b>	<b>FEV</b>	<b>MAR</b>	<b>ABR</b>	<b>MAI</b>	<b>JUN</b>	<b>JUL</b>
Apresentação da organização e do estágio. Acompanhamento técnico inicial das tarefas a desempenhar.						
Apoio na elaboração de alternativas para a modernização do Portal ECSOCIAL. Participação em diversos eventos relacionados com a Economia Social.						
Estudo de Benchmarking sobre as melhores práticas nas organizações sociais. Pesquisa de legislação sobre economia social. Desenvolvimento de uma base de dados de organizações que investigam, apoiam e incrementam projetos de empreendedorismo social e de inovação nas diferentes áreas da economia social em Espanha.						
Preparação do material de estudo para a realização do relatório de estágio. Avaliação final do estágio.						

Fonte: Elaboração própria

### 3.3.2. Florida – Grupo Educativo Cooperativo

Florida - Grupo Educativo Cooperativo é um centro de formação fundado em 1977 e representado pelo seu campus Florida em Valência, dedicando a sua formação ao ensino privado básico, secundário, universitário e de idiomas, entre outras atividades. Atualmente possui cerca de 3700 alunos, 133 docentes e 77 discentes.

A estrutura da Florida encontra-se dividida entre o Conselho Reitor e a Equipa Diretiva, sendo que o primeiro delegou os poderes de direção, gestão e execução ao segundo. Para além da escola para crianças, da Florida Secundária, da Florida Universitária, do Centro de Formação Superior e da Escola de Idiomas, existe também a Fundação Florida criada em 1998 para gerir todos os recursos da Florida – Grupo Educativo Cooperativo destinados a fins sociais e culturais.

A Florida está fortemente empenhada numa política de qualidade consistente, existindo para isso uma revisão periódica do Sistema de Gestão da Qualidade. Existe ainda, relacionado com os próprios valores institucionais da cooperativa, uma política de responsabilidade social associada a atividades sociais e ambientais permanentes, utilizando como referência as diretrizes do Global Reporting Initiative (Florida, 2012).

**Tabela nº6 – A estrutura da Florida em 2012**

Ano da Fundação	1977
Nº de estudantes por ano	3700
Nº de antigos alunos	11700
Toral de funcionários	210
Pessoal Docente	133
Pessoal Não Docente	77
Faturação	8.235.148 €
Tamanho do Campus	26.869 m <sup>2</sup>
Nº de edifícios	6

Fonte: Florida (2012)

### **3.3.3. Florida Universitaria**

Dentro da Florida – Grupo Educativo Cooperativo e em particular no âmbito do estágio é de particular relevância destacar o papel da Florida Universitária enquanto cooperativa que apoia empresas sociais.

A Florida Universitaria é um centro de formação superior direcionado para a inovação do ensino e apostado em corresponder às necessidades das empresas e da sociedade. Para além das graduações e pós-graduações, conta ainda com um centro de formação ao longo da vida e equipas de investigação nas principais áreas de ensino (Turismo, Engenharia, Gestão e Educação). A orientação profissional dos alunos e o apoio a empresas são considerados fatores-chave para o desenvolvimento da cooperativa.

A Florida Universitaria desenvolve especialmente com a economia social as seguintes ações de consultoria (Florida, 2012):

- Relações entre órgão de governo e de gestão;
- Processos de integração cooperativa;
- Exercício da função diretiva;
- Integração e aplicação do sócio.

A Fundação Florida foi criada em 1998 e é uma iniciativa da Florida – Grupo Educativo Cooperativo e do Grupo Empresarial Cooperativo de Valencia, apoiada pelo Município de Catarroja, pela Associação de Empresários e Comerciantes de Catarroja e pela Associação de Pais da Florida. Conta com o apoio de mais de 300 empresas e instituições e ainda apoios governamentais para desenvolver as suas atividades. A fundação conta ainda com todos os recursos materiais e humanos da Florida.

A missão da Fundação Florida é fomentar e desenvolver a cooperação entre centros de formação vinculados à Florida – Grupo Educativo Cooperativo, empresas e entidades públicas e/ou privadas ao nível da investigação, formação, inovação, desenvolvimento local, entre outros, através de ações concretas como por exemplo: inserção profissional, estágios para estudantes, formação profissional para desempregados, patrocínio de atividades culturais e desportivas, etc.

### **3.4. Portal ECSOCIAL**

O Portal ECSOCIAL (2012) – Serviço de Informação para a Economia Social é uma iniciativa do Governo da Comunidade Valenciana e da Fundação Florida com o objetivo de impulsionar o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) nas empresas sociais da comunidade. Os objetivos do portal são promover as novas tecnologias junto das empresas sociais e desenvolver um espaço de partilha de informação e de ideias entre os diversos intervenientes.

O Portal ECSOCIAL disponibiliza os seguintes serviços: lista de entidades de Economia Social existentes na Comunidade Valenciana; possibilidade de criar páginas web para as empresas e outras organizações registadas, através das ferramentas informáticas existentes no portal; disponibilização de guias práticos e informações sobre economia social, entre os quais a legislação em vigor e a publicação de um boletim digital sobre o próprio portal e assuntos relacionados ao mesmo.

Atualmente o portal encontra-se em fase de reestruturação e modernização para corresponder às tecnologias mais recentes e às necessidades cada vez mais específicas do seu público-alvo. As novas medidas encontram-se ainda em análise mas passarão seguramente por uma página web mais ampla com novas valências e um apoio mais personalizado, uma vez que a consultadoria será um dos objetivos a desenvolver.



### **3.5. Base de dados das organizações dedicadas ao apoio e desenvolvimento da economia social em Espanha**

Com o objetivo de apoiar os empreendedores sociais nas suas atividades empreendedoras, foi criada pelo Departamento de Inovação da Florida Universitária uma base de dados para ser desenvolvida pelo estagiário, através da pesquisa na Internet de organizações que se dediquem ao apoio e difusão do empreendedorismo social. O principal objetivo foi disponibilizar aos empreendedores sociais um conjunto de organizações representativas dedicadas ao apoio a projetos empreendedores e também agregar uma rede de contactos para parcerias. A estrutura da base de dados foi previamente criada no departamento sendo apenas da responsabilidade do estagiário o seu preenchimento baseado na seleção das organizações pelas seguintes categorias:

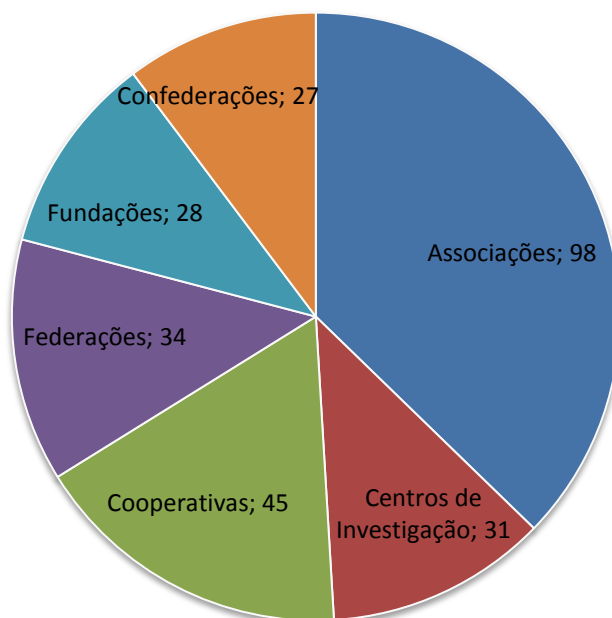
- Tipologia das organizações presentes na base de dados: associações, centros de investigação, confederações, cooperativas, federações e confederações.
- Âmbito de atuação das organizações: organizações a desenvolver as suas atividades apenas numa comunidade autónoma, em mais que uma comunidade autónoma (nacionais) e fora do território espanhol (internacionais).
- Distribuição geográfica das organizações: estão presentes nas 17 comunidades autónomas de Espanha com a exceção dos enclaves de Ceuta e Melilla.
- Empresas sociais-alvo das organizações presentes na base de dados: organizações dedicadas ao apoio das empresas sociais em geral, cooperativas em geral, federações, confederações, sociedades laborais, cooperativas de trabalho associado, cooperativas de crédito, cooperativas agrícolas, cooperativas de consumidores e usuários, cooperativas de ensino, cooperativas de integração social, cooperativas de seguros, cooperativas de serviços empresariais e profissionais e cooperativas de transportes.
- Áreas técnicas de apoio das organizações presentes nas bases de dados: inovação, empreendedorismo, tecnologias de informação e comunicação (TIC) e apoio jurídico, financeiro e administrativo.

Os critérios de seleção para a base de dados estavam limitados à inclusão das organizações com página web ativa que se dedicassem ao apoio de empresas sociais nas áreas técnicas de inovação, empreendedorismo, tecnologias de informação e comunicação e apoio jurídico, financeiro e administrativo.

Apresentam-se agora os dados que foram classificados e tratados para o presente relatório de estágio e que são importantes para melhor se conhecer a realidade da economia social em Espanha e em especial na Comunidade Valenciana.

Em primeiro lugar, é apresentado no gráfico seguinte o número e o tipo de organizações presentes na base de dados, fornecendo assim os elementos caracterizadores básicos dos dados tratados.

**Gráfico nº1 – Número e tipo de organizações presentes na base de dados**



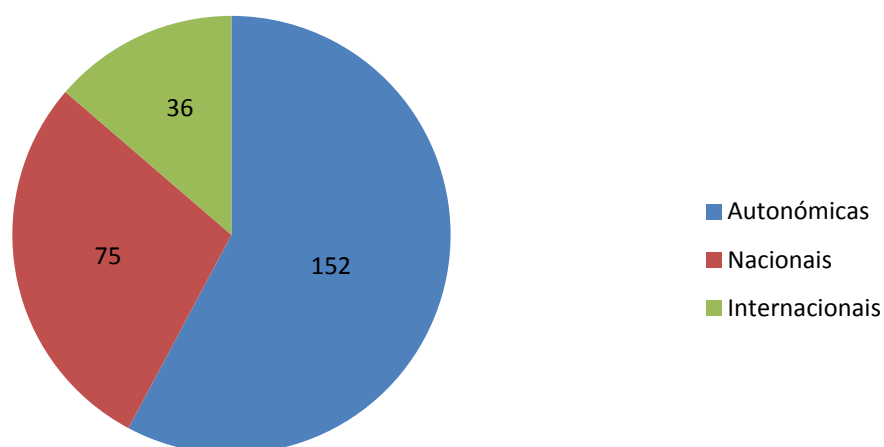
Fonte: Elaboração própria

Através do gráfico nº1 é possível constatar que as associações são aquelas que apresentam o valor mais significativo, representando 37,3% da amostra, isto é, 98 das 263 organizações da base de dados. Este facto está relacionado com o elevado número de associações que se dedicam à inovação e ao apoio de empreendedores sociais. O mesmo acontece com as 45 cooperativas que representam 17,1% da amostra e que se dedicam ao apoio de outras cooperativas independentemente da área de atividade e

também a projetos sociais fora do âmbito cooperativo. Já no que se refere às 27 confederações e 34 federações, 23,2% da amostra no seu conjunto, estas organizações dedicam-se principalmente ao apoio institucional das organizações que representam, embora sejam fundamentais no apoio à criação de novas organizações, pois dispõem de apoio administrativo e jurídico experimentado. As 28 fundações, 10,6% da amostra, apresentadas referem-se somente a aquelas que fomentam iniciativas empreendedoras na área da economia social. Por último, os 31 centros de investigação aqui representados, 11,8% da amostra, são essencialmente centros e institutos universitários que promovem o estudo e investigação dos fenómenos relacionados com a economia social.

Em segundo lugar, é crucial conhecer a abrangência dos serviços prestados pelas organizações no território espanhol e fora dele, estando essa realidade representada no gráfico seguinte através da classificação por comunidades autónomas, território nacional e no estrangeiro, podendo constatar-se que a verdadeira força das organizações está na sua representatividade regional ao nível autonómico.

**Gráfico nº2 – Número de organizações por âmbito de atuação presentes na base de dados**



Fonte: Elaboração própria

É apresentado no gráfico nº2 a distribuição das organizações pelo âmbito de atuação (autonómico, nacional ou internacional). No entanto, os dados apresentados não se referem à sede social das respetivas organizações mas sim à área territorial onde desenvolvem as suas atividades. Neste sentido, 57,8% da amostra, isto é, 152 organizações, exercem as suas atividades dentro de apenas uma comunidade autónoma, enquanto que 28,5% da amostra, que representa 75 organizações, desenvolvem atividades em mais de uma comunidade autónoma ou mesmo até em todo o território espanhol. A amostra também demonstra que 13,7% das organizações, isto é, 36 organizações se expandiram internacionalmente.

Em terceiro lugar, a distribuição geográfica da atuação das organizações pelas respetivas comunidades autónomas permite conhecer quais as comunidades com mais oferta de apoios às atividades empreendedoras sociais e também aquelas que menos apoios têm. Neste caso em particular, a área de atuação das organizações coincide com a sede social das mesmas, pois só estão classificadas as organizações de âmbito autonómico.

**Gráfico nº3 – Número e respetiva distribuição geográfica no território espanhol das organizações autonómicas presentes na base de dados**



Fonte: elaboração própria

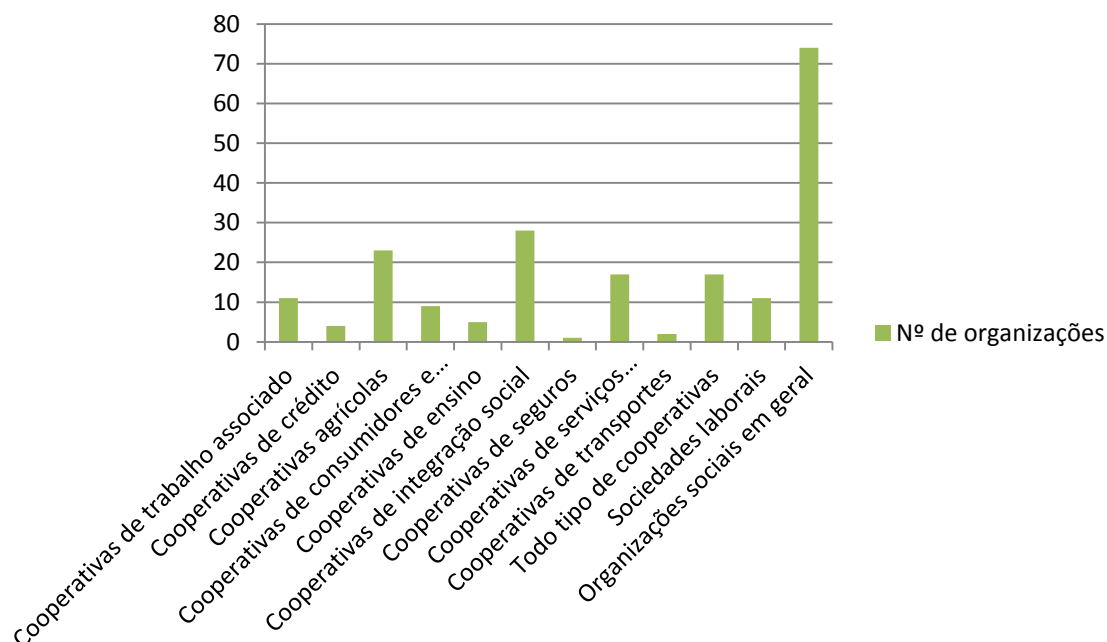
Relativamente à distribuição geográfica no território espanhol das organizações pelas comunidades autónomas espanholas (exceto Ceuta e Melilla onde não foram encontradas organizações representativas), é possível constatar pelo gráfico nº3 que existem algumas regiões quer pela tradição, quer pelo seu tamanho, população e tecido económico e industrial, possuem um número mais elevado de organizações, sendo elas: Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana e Pais Vasco (ver anexo nº3).

As quatro regiões referenciadas possuem uma grande representatividade na economia social que acompanha a tendência verificada na economia de mercado existente nesses territórios. De destacar ainda, que as organizações apresentadas na base de dados referem-se apenas às que desenvolvem as suas atividades na comunidades autónomas, excluindo-se assim as organizações de âmbito nacional e internacional, pois se fossem contabilizadas iriam sobrevalorizar a Comunidade de Madrid por ser a capital política e administrativa de Espanha onde naturalmente estas organizações procurariam colocar as suas sedes sociais para assim estar mais próximas dos centros de decisão.

Uma referência importante também às comunidades de La Rioja, Cantabria, Canarias e Baleares pelos valores estatísticos relativamente baixos apresentados, tendo estas regiões especificidades geográficas, pois representam os arquipélagos das Baleares e das Canarias e no caso de La Rioja e Cantabria são comunidades de menor dimensão no território espanhol.

Em quarto lugar, é fundamental conhecer quais as empresas sociais alvo das organizações da base de dados, tendo desde já em conta que as cooperativas, as sociedades laborais e as organizações sociais em geral correspondem à classificação mais generalizada apresentada posteriormente.

**Gráfico nº4 – Número de empresas sociais alvo das organizações presentes na base de dados**



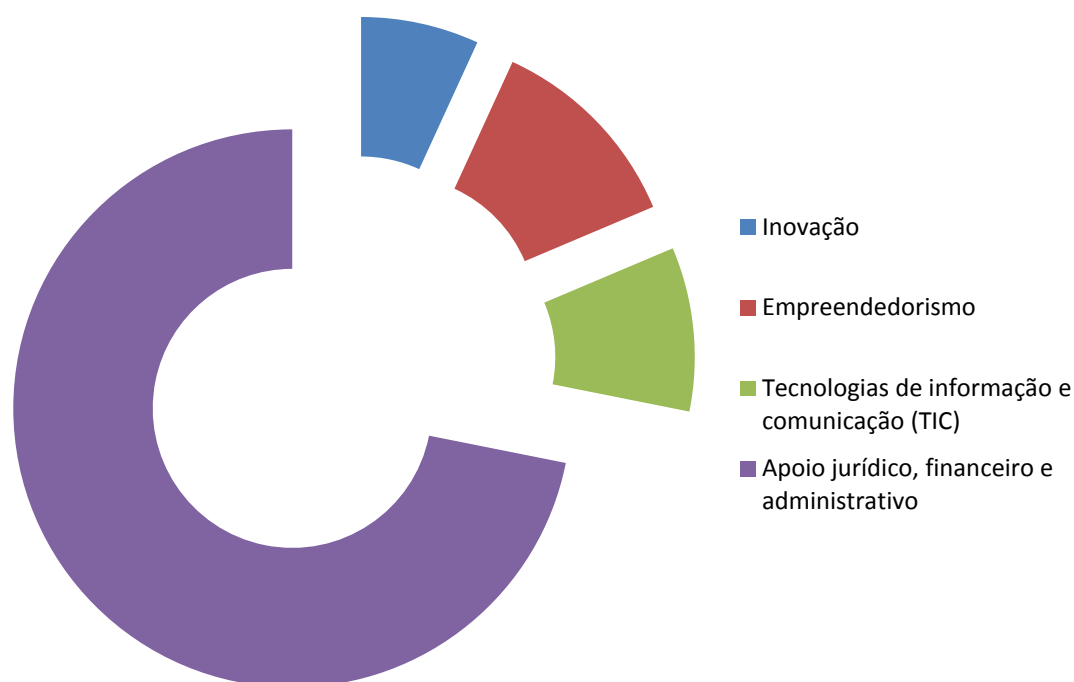
Fonte: Elaboração própria

É relevante constatar pela base de dados que as cooperativas agrícolas, as cooperativas de integração social e as cooperativas de serviços empresariais e profissionais são as que mais se destacam (ver anexo nº4).

No que se refere ao valor mais surpreendente do gráfico nº4, relativo às organizações sociais em geral, este valor deve-se ao facto de 74 organizações representarem e dedicarem apoio técnico a qualquer em organização social sem exceção. É importante salientar que as federações e confederações não foram incluídas, pois estas apoiam um número relativamente amplo de organizações.

Em quinto lugar, constatou-se nas quatro áreas técnicas a que se dedicam as organizações presentes na base de dados que existem uma grande discrepância entre o apoio jurídico, financeiro e administrativo e as restantes áreas.

**Gráfico nº5 – Área técnica de atuação das organizações presentes na base de dados**



Fonte: Elaboração própria

Ao longo da realização da base de dados foi sendo possível constatar a dimensão dos serviços prestados pelas organizações presentes na base de dados através das áreas técnicas referidas no gráfico nº5. Entre as mais ocorrentes encontram-se o apoio jurídico, financeiro e administrativo com 71,9% da amostra, isto é, 189 organizações. Tradicionalmente o apoio jurídico, financeiro e administrativo é aquele que mais as empresas sociais se socorrem para desenvolver os seus projetos. No entanto, foi possível constatar que várias organizações presentes na base de dados desenvolvem os seus serviços nas áreas da inovação, empreendedorismo e tecnologias de informação e comunicação (TIC) (ver anexo nº5), setores mais recentes mas fundamentais no sucesso das iniciativas empreendedoras, bem como, na modernização das empresas sociais. Nas três áreas técnicas com valores mais reduzidos, a inovação representa 6,8% da amostra, correspondendo a 18 organizações; o empreendedorismo figura com 11,8% da amostra, com 31 organizações; e as Tecnologias de Informação e Comunicação correspondem a 9,5% da amostra com 25 organizações.

### 3.5.1. Potencialidades e limitações da base de dados

Neste ponto identificam-se as potencialidades e limitações da base de dados desenvolvida para o Portal ECSOCIAL. Relativamente às potencialidades foi possível constatar as seguintes características:

- **Abrangente**, pois possui uma quantidade considerável de organizações representativas da economia social em Espanha, não só referentes ao empreendedorismo social mas também à investigação, inovação, apoios financeiros, etc.;
- **Facilidade de acesso** aos dados por qualquer interessado, independentemente da sua qualificação profissional, estando os dados estruturados de forma clara e divididos por categorias;
- **Ferramenta estratégica** para os empreendedores sociais nas suas pesquisas de apoios disponíveis para os empreendedores e empresas sociais e na possibilidade de estabelecer contactos diretos com as organizações prestadoras de apoios à economia social;
- **Adaptabilidade** como característica fundamental para facilitar a aplicação dos dados em qualquer ferramenta informática online, pois a base de dados será integrada no Portal ECSOCIAL.

A base de dados de organizações prestadoras de apoio aos empreendedores e empresas sociais desenvolvida para o Portal ECSOCIAL constitui uma ferramenta inovadora no território valenciano. Através da mesma é possível aceder rapidamente a um conjunto de informações previamente estruturadas. Essas informações constituem muitas das vezes o primeiro contacto com os futuros colaboradores no desenvolvimento dos seus projetos, bem como uma forma de expor à comunidade o trabalho meritório de centenas de organizações.



Relativamente às debilidades da base de dados foram identificados os seguintes pontos:

- **Detalhe** insuficiente, uma vez que seria conveniente desenvolver outros campos, como por exemplo, a disponibilização dos tipos de apoios vigentes;
- **A classificação** dos dados apresentados deveria estar desenvolvida em mais categorias, o que envolveria um estudo mais profundo, com mais informação que em muitos casos não está disponível nas páginas web das organizações agregadas;
- **Atualização**, pois os dados terão que ser constantemente atualizados para fazer chegar aos interessados informações reais, principalmente quando se tratam de programas públicos, datas de concursos, procedimentos administrativos;
- **Comunicação** limitada aos objetivos da organização, uma vez que é importante saber se a organização pretende facultar todos os dados aos empreendedores sociais para estes estabelecerem contactos diretos ou agir como intermediária no processo.

O desenvolvimento do trabalho do estagiário desenvolve-se desde o início em consonância com os objetivos propostos e também segundo as necessidades da Florida Universitaria. Esta realidade faz com que a base de dados apresentada seja a resposta às necessidades organizacionais e não às necessidades académicas do estagiário. Neste sentido, o tipo de trabalho desenvolvido não pode ser considerado uma debilidade mas sim uma escolha estratégica da organização. No entanto, a base de dados pode carecer de informação e de atualizações que só a organização poderá posteriormente colmatar mediante a utilização dos dados.

### **3.6. Conclusões prévias**

A Red Emprendes desenvolveu para os seus potenciais empreendedores sociais um conjunto de fases para a criação de uma empresa social sob as formas jurídicas legais em Espanha e na Comunidade Valenciana. Esse processo de criação de empresas sociais é o resultado da interação de várias organizações nas diferentes fases do processo empreendedor. O empreendedor não é um ator isolado mas sim o portador da ideia e da vontade de empreender e que perante as suas necessidades e os recursos existentes será apoiado no seu projeto.

É nesse contexto que a Florida – Grupo Educativo Cooperativo está a desenvolver as suas próprias capacidades para apoiar os empreendedores, quer em formação especializada, quer no desenvolvimento de projetos empreendedores. Para isso, conta já com diversos acordos de cooperação locais e nacionais para procurar as melhores práticas de empreendedorismo e parcerias estratégicas, sendo aí crucial o apoio do Portal ECSOCIAL e dos seus técnicos para o sucesso dessa missão. É como consequência de toda essa estratégia da organização que surge a importância de uma base de dados que é o efeito das novas necessidades e desafios no apoio ao empreendedorismo social. Os dados apresentados são essenciais para prestar informações passíveis de serem tratadas e disponibilizadas aos interessados para parcerias, formações, investigações conjuntas, financiamentos, entre outros.



## 4. Conclusões

O estágio realizado na Florida Universitaria permitiu estabelecer um vínculo sólido entre o primeiro ano curricular do Mestrado em Economia Social e a experiência internacional numa cooperativa de ensino cumprida no segundo ano curricular do referido mestrado. Para além desta ligação profunda ao mundo laboral da economia social em Espanha, representou também uma oportunidade única para desenvolver as minhas capacidades socioprofissionais, bem como, apoiar a organização nas tarefas relacionadas com a economia social propriamente dita.

O desenvolvimento do trabalho na área do empreendedorismo social, enquanto tema bastante atual, revelou-se, tal como foi referido pela literatura estudada, um tema relativamente recente para a investigação académica, realidade contraposta pelos inúmeros exemplos de empreendedorismo social que podem ser identificados ao longo da história. No entanto, através do presente relatório de estágio é verificável o trabalho meritório da Red Emprendes e da Florida Universitaria no apoio à criação de empresas e na formação a empreendedores sociais.

Durante a realização do estágio e posteriormente na elaboração do relatório de estágio foi possível constatar algumas evidências: tal como é referido pela literatura deste relatório, o empreendedorismo associado ao fator social tem respondido a um conjunto de soluções que derivavam de lacunas deixadas pelos serviços públicos nem sempre eficazes e abrangentes e também pela ausência de mercado para as empresas privadas, sendo que os empreendedores sociais e as empresas sociais respondem de forma mais próxima e ativa a questões tão atuais e preocupantes como o desemprego, a formação de públicos vulneráveis, o equilíbrio de desigualdades, a atuação junto dos decisores políticos mas mais importante que tudo na mudança social. Por outro lado, a crise económica verificada nos países desenvolvidos poderá ser um dos fatores-chave para o desenvolvimento não só do empreendedorismo social mas para toda a economia social, não seguindo uma ótica fraturante com a economia de mercado mas sim uma ótica complementar.

É exatamente neste contexto que tanto a Red Emprendes como a Florida Universitaria desenvolvem as suas atividades com o suporte de organizações públicas e privadas, criando equipas multidisciplinares que complementam o trabalho complexo e burocrático que felizmente cada vez menos é exigido aos empreendedores, pois as organizações estudadas neste relatório são um exemplo da simplificação dos processos afetos à criação de empresas sociais. No caso espanhol, e em particular na Comunidade Valenciana, muito contribuíram os Agentes de Emprego e Desenvolvimento Local (AEDL) que instruídos nas matérias de emprego e desenvolvimento local, apresentam-se de uma forma desconcentrada no território e são impulsionadores de projetos empreendedores, no entanto, estes mesmos agentes revelaram que provêm de formações bastante diversas, o que é ótimo do ponto de vista multidisciplinar mas inquietante do ponto de vista da identificação com a realidade da economia social.

No que respeita ao trabalho desenvolvido pela Red Emprendes, esta é o resultado dos esforços de várias organizações para dotar a Comunidade Valenciana de um instrumento capaz de responder às mais diversas necessidades dos empreendedores sociais. O empreendedorismo tradicionalmente ligado à economia de mercado deixa cada vez mais de ser uma realidade exclusiva das empresas com fins unicamente lucrativos, passando as empresas sociais a ocuparem um papel fundamental não só no desenvolvimento económico mas também no próprio crescimento económico. Esse é um dos principais objetivos da Red Emprendes ao criar um modelo para a criação e desenvolvimento de empresas sociais. Esta estratégia assenta em tornar o processo de criação de uma empresa social acessível e motivador, independentemente das qualificações dos empreendedores. Desta forma, surge como uma estratégia de reconversão de ativos desempregados, jovens inovadores e públicos mais vulneráveis, sendo que um dos propósitos da economia social é ser inclusiva.

No caso da base de dados de organizações de economia social representativas em Espanha, esta surge como uma ação estratégica da organização Florida Universitaria enquanto cooperativa educativa mas também organização prestadora de serviços. A razão de criar este acervo está relacionada com a necessidade de conhecer de uma forma prática a distribuição das organizações que apoiam as empresas sociais no território espanhol, bem como os serviços e atividades que desenvolvem. Esta é uma ferramenta exemplar para criar projetos de cooperação, realizar estudos de Benchmarking para a

economia social e procurar suporte para os empreendedores sociais clientes dos serviços do Portal ECSOCIAL.

Em suma, o empreendedorismo social em Espanha, e em especial na Comunidade Valenciana é uma realidade bem presente, quer pelo número de empresas sociais, quer pelo número de organizações que apoiam essas empresas sociais, representando um setor estratégico e dinâmico para a economia espanhola. Tanto a Red Emprendes como a Florida Universitaria possuem um conjunto considerável de eventos concretizados e ambas as organizações são uma referência incontornável no território valenciano no que se refere ao empreendedorismo social.



## 5. Bibliografia

ALBURQUERQUE, F. (2002). *Desarrollo económico territorial*. Guía para agentes. Sevilla: Instituto de Desarrollo Regional, Fundación Universitaria.

ALVORD, SARAH, BROWN, DAVID, & LETTS, C. (2003a). *Social Entrepreneurship: Leadership that Facilitates Societal Transformation-An Exploratory Study*. Center for Public Leadership. Working Paper Series, 3(5).

ALVORD, S.; BROWN, D.; & LETTS, C. (2003b) “*Social entrepreneurship – Leadership that facilitates societal transformation –an exploratory study*”. Working-Paper. Center for public leadership. Disponível no dia 26 de Abril de 2012 em <http://www.hks.harvard.edu/leadership/Pdf>

ASHOKA ESPAÑA (2012). *Emprendedores Sociales*. Disponível no dia 10 de Dezembro de 2012 em <http://www.ashoka.es/emprendedores-sociales-0>

AUSTIN, J., STEVENSON, H., & WEI-SKILLERN, J. (2006). *Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both?* Entrepreneurship: Theory & Practice, 30(1), pp.1-22.

BARENDSEN, L. & GARDNER, H. (2004). “*Is the Social Entrepreneur a New Type of Leader?*”. Leader to Leader (Fall).

BARRERA, E. (2007). *La empresa social y su responsabilidad social*. Innovar - Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 17, núm. 30, pp. 59-75. Universidad Nacional de Colombia.

BORNSTEIN, D. (2007). *Como mudar o mundo: os empreendedores sociais e o poder de novas ideias*. Alfragide: Estrela Polar Editora.

CERTO, S. & MILLER, T. (2008), “*Social entrepreneurship: Key issues and concepts*”, Business Horizons, nº51, pp.267-271.

CEPES (2010). *La economía social en España 2009-2010*. Confederación de Entidades de Economía Social, Madrid.



DAVIS, S. (2002). *Social entrepreneurship: towards an entrepreneurial culture for social and economic development* (Research Report by request for the Youth Employment Summit). Disponível no dia 12 de Dezembro de 2012 em <http://www.ashoka.org/files/yespaper.pdf>

DEES, G. (1998). *Enterprising nonprofits*. Harvard Business Review, 76(1), pp. 54-67.

DEES, G. (2001), *The Meaning of Social Entrepreneurship*. Disponível no dia 8 de Dezembro de 2012 em [http://www.caseatduke.org/documents/dees\\_sedef.pdf](http://www.caseatduke.org/documents/dees_sedef.pdf)

DEES, G. (Ed.), EMERSON, J., & ECONOMY, P. (2001). *Enterprising nonprofits: a toolkit for social entrepreneurs*. New York: John Wiley & Sons, INC.

DEES, G., & ANDERSON, B. (2006). *Framing a Theory of Social Entrepreneurship: Building on Two Schools of Practice and Thought*. Business, 1, pp.39-66.

DEES, G. (2009). *Social Ventures as Learning Laboratories*. Innovations, pp.11-15.

DEFOURNY, J., & NYSSSENS, M. (2008). *Social enterprise in Europe: Recent trends and developments*. Social Enterprise Journal, 4(3), pp.202.

DEFOURNY, J. (2001), “Introduction - From third sector to social enterprise”, in Defourny, Jacques e Borzaga, Carlo (eds), *The Emergence of Social Enterprise*, London, Routledge.

EMES – *European Research Network* (2011). Disponível no dia 10 de Dezembro de 2012 em: <http://www.emes.net/fr/presentation.htm>

ESTIVILL, J.; BERNIER, A. & VALADOU, CH. (1997), *Las Empresas Sociales en Europa*, Comisión Europea DG V, Barcelona, Hacer Editorial.

FISAC, R.; ANA, R.; CARLOS, A. & MIGUEL, F. (2011) *La empresa social: revisión de conceptos y modelo para el análisis organizativo*. Revista Española del Tercer Sector 17, enero-abril 2011, Madrid, pp.41-66.

FLORIDA UNIVERSITARIA (2012). *Florida Universitaria – Conócenos*. Disponível no dia 15 de Dezembro de 2012 em: <http://www.floridauniversitaria.es/es-ES/floridauniversitaria/conocenos/Paginas/conocenos.aspx?Perfil=Florida%20Universitaria>

GEM – Global Entrepreneurship Monitor (2007) – *Informe ejecutivo GEM España*. Fundación Xavier de Salas – GEM España.

GES – Gabinet d'Estudis Socials (2002), *Proyecto Concise – Auditoria Social de la Cooperativa de La Vall D'En Bas*, Barcelona.

GRAU, M. (2012). “*Los emprendedores sociales: innovación al servicio del cambio social*”. Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. Universidad de Navarra.

HIBBERT, S.; HOGG, G. & QUINN, T. (2002) “*Consumer response to social entrepreneurship: The case of the Big Issue in Scotland*”. International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing, vol. 7, n.º 3, pp.288-301.

JOHNSON, S. (2000) *Literature Review on Social Entrepreneurship*. Canadian Centre for Social Entrepreneurship, University of Alberta: Canada.

MAIR, J., & MARTI, I. (2006). *Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight*. Journal of World Business, 41(1), pp.36.

MAIR, J. & NOBOA, E. (2003). *The emergence of social enterprises and their place in the new organizational landscape*. Barcelona: Working Paper de la IESE Business School, pp.13.

MANFREDI, F. (2005). *Social responsibility in the concept of the social enterprise as a cognitive system*. International Journal of Public Administration, 28, pp.835-848.

MARTIN, R. J., & OSBERG, S. (2007). *Social entrepreneurship: The case for a definition*. Stanford Social Innovation Review, pp.29–39.

MULGAN, G. (2007). *Social innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated*. Skoll Centre for Social Entrepreneurship, Working Paper.

NICHOLLS, A. (2005). “*Measuring Impact in Social Entrepreneurship: New Accountabilities to Stakeholders and Investors?*” Working Paper. Disponível no dia 10 de Dezembro de 2012 em [http://www.sbs.ox.ac.uk/html/faculty\\_skoll\\_main.asp](http://www.sbs.ox.ac.uk/html/faculty_skoll_main.asp)

NICHOLLS, A (2006). *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford, UK: Oxford University Press.

NICHOLLS, A., & CHO, A.H. (2006). *Social Entrepreneurship: The Structuration of a field*. In A. Nicholls (Ed.), *Social Entrepreneurship: New models of sustainable social change*. Oxford: Oxford University Press.

PALOMARES & CARDONA (2011). “*La creación de empresas de economía social en el modelo de desarrollo local: reflexiones sobre la divergencia actual del caso valenciano*”. REVESCO Nº104.

PARENTE, C.; COSTA, D.; SANTOS, M. & AMADOR, C. (2008). “*Empreendedorismo Social: Dos conceitos às escolas de fundamentação. As configurações de um conceito em construção*”. Empsoc.

PEREDO, A. M., & MCLEAN, M. (2006). *Social entrepreneurship: A critical review of the concept*. Journal of World Business, 41(1), pp.56.

PORTAL EC SOCIAL (2012). Serviço de Informação para la Economía Social. Fundación Florida. Disponível no dia 16 de Dezembro de 2012 em <http://www.ecsocial.com/web/index.php>

RED EMPRENDES (2012). *Crea tu empresa*. Disponível no dia 15 de Dezembro de 2012 em: [www.redemprendes.es](http://www.redemprendes.es)

QUINTÃO, C. (2004). “*Empreendedorismo social e oportunidades de criação do próprio emprego*”. Seminário “Trabalho Social e Mercado de Emprego”. Universidade Fernando Pessoa. Porto.

SALAMON, L. (1992). *America's Non-profit Sector: A Primer*. New York: Foundation Center.

SALAMON, L. & ANHEIER, H. (1996). *Defining the non-profit Sector: A Cross-National Analysis*. Manchester: Manchester University Press.

SHARIR, M., & LERNER, M. (2006). *Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs*. Journal of World Business, 41(1), pp.6.

SHAW, E. & CARTER, S. (2004) “*Social entrepreneurship: Theoretical antecedents and empirical analysis of entrepreneurial processes and outcomes.*” Babson College Entrepreneurship Research Conference. Wellesley.

SHAW, E., & CARTER, S. (2007). *Social entrepreneurship*. Journal of Small Business and Enterprise Development, 14(3), pp.418.

TAN, W. L., WILLIAMS, J., & TAN, T. M. (2005). *Defining the “social” in “social entrepreneurship”*: Altruism and entrepreneurship. International Entrepreneurship and Management Journal, 1, pp.353–365.

THOMPSON, J. & DOHERTY, B. (2006). *The diverse world of social enterprise*. A collection of social enterprise stories. International Journal of Social Economics, 33 (5/6), pp.361-375.

YOUNG, R. (2006), “*For what it is worth: Social value and the future of social entrepreneurship*” in Nicholls, Alex (ed.) Social Entrepreneurship: New models of sustainable social change, Oxford, Oxford University Press.

ZAHRA, S.; GEDAJLOVIC, E.; NEUBAUM, D. & SHULMAN, J. (2009), “*A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges*”, Journal of Business Venturing, n° 24, pp.519-532.



# **ANEXOS**



## **ANEXO N°1:**

### **Legislação do Boletim Oficial do Estado Espanhol (BOE):**

Disponível no dia 10 de Dezembro de 2012 em <http://www.boe.es/>

**Lei 4/1997 de 24 de Março** – Publicada a 25 de Março de 1997, define o enquadramento legal das Sociedades Laborais, expondo o seu regime societário e o seu regime tributário.

**Lei 27/1999 de 16 de Julho** – Publicada a 17 de Julho de 1999, define o enquadramento legal das Sociedades Cooperativas, descrevendo as Sociedades Cooperativas; a constituição; a admissibilidade dos sócios; os órgãos; o regime económico, a documentação social e a contabilidade; a dissolução e liquidação; as cooperativas de primeiro e segundo grau e as formas de colaboração económica; as classes de cooperativas; as cooperativas integrais, de iniciativa social e as denominadas mistas; a ação da administração geral e o associativismo cooperativo.





## **ANEXO Nº2:**

Princípios Cooperativos aprovados pela Aliança Cooperativa Internacional (ACI) em 1995 in Cases (2012): Disponível no dia 10 de Dezembro de 2012 em <http://www.cases.pt/cooperativas/identidade-cooperativa>

### **1º Princípio: Adesão voluntária e livre**

As cooperativas são organizações voluntárias, abertas a todas as pessoas aptas a utilizar os seus serviços e dispostas a assumir as responsabilidades de membro, sem discriminações de sexo, sociais, políticas, raciais ou religiosas.

### **2º Princípio: Gestão democrática pelos membros**

As cooperativas são organizações democráticas geridas pelos seus membros, os quais participam ativamente na formulação das suas políticas e na tomada de decisões. Os homens e as mulheres que exerçam funções como representantes eleitos são responsáveis perante o conjunto dos membros que os elegeram. Nas cooperativas do primeiro grau, os membros têm iguais direitos de voto (um membro, um voto), estando as cooperativas de outros graus organizadas também de uma forma democrática.

### **3º Princípio: Participação económica dos membros**

Os membros contribuem equitativamente para o capital das suas cooperativas e controlam-no democraticamente. Pelo menos parte desse capital é, normalmente, propriedade comum da cooperativa. Os cooperadores, habitualmente, recebem, se for caso disso, uma remuneração limitada, pelo capital subscrito como condição para serem membros. Os cooperadores destinam os excedentes a um ou mais dos objectivos seguintes: desenvolvimento das suas cooperativas, eventualmente através da criação de reservas, parte das quais, pelo menos, será indivisível; benefício dos membros na proporção das suas transações com a cooperativa; apoio a outras atividades aprovadas pelos membros.

#### **4º Princípio: Autonomia e independência**

As cooperativas são organizações autônomas de entreatajuda, controladas pelos seus membros. No caso de entrarem em acordos com outras organizações, incluindo os governos, ou de recorrerem a capitais externos, devem fazê-lo de modo a que fique assegurado o controle democrático pelos seus membros e se mantenha a sua autonomia como cooperativas.

#### **5º Princípio: Educação, formação e informação**

As cooperativas promovem a educação e a formação dos seus membros, dos representantes eleitos, dos dirigentes e dos trabalhadores, de modo a que possam contribuir eficazmente para o desenvolvimento das suas cooperativas. Elas devem informar o grande público particularmente, os jovens e os líderes de opinião, sobre a natureza e as vantagens da cooperação.

#### **6º Princípio: Intercooperação**

As cooperativas servem os seus membros mais eficazmente e dão mais força ao movimento cooperativo, trabalhando em conjunto, através de estruturas locais, regionais, nacionais e internacionais.

#### **7º Princípio: Interesse pela comunidade**

As cooperativas trabalham para o desenvolvimento sustentável das suas comunidades, através de políticas aprovadas pelos membros

**ANEXO N°3:**

<b>Área territorial pertencente</b>	<b>Número de organizações</b>
<b>Comunidades Autónomas</b>	
Andalucía	19
Aragón	8
Asturias	4
Baleares	3
Canarias	1
Cantabria	1
Castilla – La Mancha	3
Castilla y León	7
Cataluña	30
Comunidad Valenciana	24
Extremadura	7
Galicia	6
La Rioja	2
Madrid	4
Murcia	7
Navarra	9
Pais Vasco	17
<b>Nacionais</b>	75
<b>Internacionais</b>	36
<b>TOTAL</b>	263



**ANEXO N°4:**

<b>Tipo de organizações representadas</b>	<b>Número de organizações</b>
Sociedades laborais	11
Organizações sociais em geral	74
Cooperativas de trabalho associado	11
Cooperativas de crédito	4
Cooperativas agrícolas	23
Cooperativas de consumidores e usuários	9
Cooperativas de ensino	5
Cooperativas de integração social	28
Cooperativas de seguros	1
Cooperativas de serviços empresariais e profissionais	17
Cooperativas de transportes	2
Todo tipo de cooperativas	17
Federações	34
Confederações	27
<b>TOTAL</b>	<b>263</b>

**ANEXO N°5:**

<b>Área técnico-profissional de atuação</b>	<b>Número de organizações</b>
Inovação	18
Empreendedorismo	31
Tecnologias de informação e comunicação (TIC)	25
Apoio jurídico, financeiro e administrativo	189
<b>TOTAL</b>	<b>263</b>